COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 26 avril 2017

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en mars 2017

Les CSP+ passent plus de 62h par mois sur Internet depuis l'ordinateur

En mars 2017, 98% des CSP+ se sont rendus au moins une fois sur Internet depuis un ordinateur, soit 13,1 millions d'individus. Alors qu'ils composent 21,6% de la population française, ils représentent plus d'1 internaute sur 4 (27,6%). Au quotidien, ils sont 9 millions à se connecter à Internet depuis leur écran d'ordinateur.

Les CSP+ passent chacun en moyenne 62 heures et 36 minutes par mois sur Internet depuis leur ordinateur et représentent 41% du temps passé sur Internet par l'ensemble des internautes. En comparaison, chaque internaute y passe en moyenne 42 heures et 47 minutes.
Cette consommation élevée d'Internet par les CSP+ est portée par le temps qu'ils y consacrent au travail : ceux qui se connectent depuis leur lieu de travail y passent en moyenne 49 heures et 11 minutes, soit le double du temps passé à domicile pour cette cible (24 heures et 19 minutes).

Les CSP+ sont aussi plus nombreux à se connecter à Internet la semaine : 9,2 millions d'individus s'y rendent en moyenne chaque jour de semaine alors qu'ils sont 7,6 millions en moyenne par jour le week-end.

En mars 2017, c'est sur les sites des compagnies aériennes que la part des CSP+ est la plus élevée : ils représentent près de la moitié (48,5%) de l'audience de la sous-catégorie. Arrivent ensuite les sites de Banque/ Finance/ Assurance puis les sites de la sous-catégorie Livres dont ils composent respectivement 47,7% et 45,1% de l'audience totale.

Top 3 des sous-catégories dont la part des CSP+ est la plus élevée en mars 2017

Rang	Supports	Nombre de visiteurs uniques CSP+	Part des CSP+ au sein de l'audience totale
1	Compagnies aériennes	3 309 000	**48,5%**
2	Multi-catégories - Banque / Finance / Assurance	1 631 000	**47,7%**
3	Livres	3 580 000	**45,1%**

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications incluses excepté pour le temps passé – France – mars 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en mars 2017

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 682 000
2	Microsoft	35 111 000
3	Facebook	28 618 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	23 849 000
5	Orange	19 757 000
6	Schibsted	19 040 000
7	Webedia	18 995 000
8	Solocal Group	18 431 000
9	Wikimedia Foundation	16 687 000
10	Amazon	15 721 000
11	Groupe Lagardere	15 380 000
12	WEB66	15 133 000
13	Prisma Media	14 523 000
14	Vivendi	14 259 000
15	Groupe Le Monde	13 853 000
16	Iliad	13 667 000
17	Groupe Credit Agricole	13 252 000
18	La Poste	12 953 000
19	M6	12 665 000
20	Yahoo	12 285 000
21	Groupe Casino	11 716 000
22	Groupe Auchan	11 419 000
23	francetélévisions	10 785 000
24	Gouvernement Francais	10 289 000
25	Altice Media Group	10 125 000
26	auFeminin	9 358 000
27	Groupe Numericable - SFR	9 266 000
28	Ministere de l Education Nationale	9 187 000
29	Next Radio TV	8 822 000
30	Carrefour	8 743 000
31	Association VideoLAN	8 298 000
32	Fnac	8 220 000
33	SNCF France	8 130 000
34	Pole Emploi	8 091 000
35	Assurance Maladie	7 840 000
36	Groupe Le Parisien	7 749 000
37	eBay	7 632 000
38	Societe Generale	7 546 000
39	Apple Computer	7 364 000
40	Groupe TF1	7 012 000
41	Meteo France	6 642 000
42	Twitter	6 543 000
43	OTTO	6 409 000
44	Mondadori	6 404 000
45	Credit Mutuel	6 332 000
46	Kingfisher	6 286 000
47	20 Minutes France	6 105 000
48	Tripadvisor	6 039 000
49	Hutchison-Priceline	5 950 000
50	Adobe	5 934 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – mars 2017 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en mars 2017

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 391 000	17 097 000
2	Facebook	28 350 000	9 152 000
3	YouTube	24 926 000	4 268 000
4	Microsoft	24 005 000	3 267 000
5	Leboncoin.fr - TS	18 997 000	2 757 000
6	Orange - T	18 655 000	5 589 000
7	Wikipedia	16 458 000	1 682 000
8	Windows Live	15 651 000	2 431 000
9	Amazon	15 424 000	1 687 000
10	PagesJaunes	13 707 000	1 057 000
11	Free	13 091 000	1 605 000
12	Skype	12 024 000	3 516 000
13	Bing	11 637 000	1 806 000
14	Yahoo - T	11 338 000	2 408 000
15	MSN - T	10 963 000	2 289 000
16	Cdiscount	10 531 000	826 000
17	Le Figaro - TS ACPM	10 100 000	1 001 000
18	Outlook (Outlook.com)	9 518 000	2 415 000
19	LA POSTE	9 105 000	1 396 000
20	Le Monde - TS ACPM	9 061 000	905 000
21	SFR	8 734 000	1 738 000
22	Linternaute.com - TS	8 708 000	514 000
23	Credit Agricole	8 525 000	1 535 000
24	Videolan	8 298 000	1 173 000
25	CommentCaMarche - TS	8 270 000	459 000
26	Fnac	8 208 000	540 000
27	Pole Emploi	8 024 000	885 000
28	Blogger	7 848 000	515 000
29	Assurance Maladie	7 832 000	620 000
30	Le Parisien - TS ACPM	7 748 000	544 000
31	Service-Public.fr	7 415 000	429 000
32	eBay	7 376 000	813 000
33	Apple	7 353 000	710 000
34	Mappy	7 274 000	478 000
35	franceinfo - TS ACPM	7 216 000	580 000
36	AlloCine - TS	6 975 000	491 000
37	OverBlog	6 884 000	427 000
38	L Express - TS ACPM	6 737 000	432 000
39	Meteo France	6 642 000	752 000
40	Twitter	6 518 000	715 000
41	Tele Loisirs - TS ACPM	6 518 000	853 000
42	Voyages-Sncf.com	6 382 000	468 000
43	Le Journal des Femmes - TS	6 327 000	328 000
44	Carrefour	6 252 000	465 000
45	Marmiton - TS	6 089 000	341 000
46	20minutes.fr - TS ACPM	6 074 000	527 000
47	TripAdvisor	6 039 000	363 000
48	OneDrive	5 919 000	590 000
49	BFM TV - TS ACPM	5 915 000	441 000
50	Adobe	5 876 000	437 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – mars 2017 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d' octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2016, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr